



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“LA IMAGEN CORPORATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA
FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES EN LA EMPRESA MC
SERVICIOS GRÁFICOS S.A.C, DISTRITO DE BREÑA – 2016”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

RIOS ZAMBRANO CLARISA CLAUDIA

ASESOR:

DR. LEÓN ESPINOZA, LESSNER AUGUSTO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA – PERÚ

2016-II

Página del Jurado

Presidente

Secretario

Vocal

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado con mucho amor a mis Padres, quienes son los protagonistas de este sueño alcanzado ya que ellos me enseñaron a ser perseverante y luchar por mis ideales.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la oportunidad de cumplir mi primer objetivo de muchos que se vienen en mi vida.

A mis padres y a toda mi familia por su apoyo incondicional, por su comprensión y sacrificio durante toda mi carrera universitaria.

Al profesor Lessner León Espinoza, por su asesoramiento, orientación y guía para que esta tesis sea impecable.

A mi enamorado y amigos que estuvieron apoyándome en todo momento y dándome mensajes de aliento.

Declaración de Autenticidad

Yo Rios Zambrano, Clarisa Claudia con DNI N° 76373389, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, Diciembre del 2016

Rios Zambrano, Clarisa Claudia

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “El Marketing y su influencia en el comportamiento del consumidor del restaurant – pollería Kevin, San Martin de Porres, 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
Caratula	
PÁGINAS PRELIMINARES	
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN Y ABSTRAC	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Trabajos Previos	11
1.2.1. Antecedentes Nacionales	11
1.2.2. Antecedentes Internacionales	12
1.3. Teorías relacionadas al tema	14
1.3.1. Variable Independiente: Imagen Corporativa	14
1.3.1.1. Definición de la variable	14
1.3.1.2. Bases Teóricas	15
1.3.2. Variable Dependiente: Fidelización de los clientes	16
1.3.1.1. Definición de la variable	16
1.3.2.2. Bases Teóricas	17
1.4. Formulación del problema	18
1.4.1. Problema General	18
1.4.2. Problemas Específicos	18
1.5. Justificación del estudio	18
1.6. Hipótesis	19
1.6.1. Hipótesis General	19
1.6.2. Hipótesis Específicos	19
1.7. Objetivos	20
1.7.1. Objetivo General	20
1.7.2. Objetivos Específicos	20

II. MÉTODO	21
2.1. Diseño de investigación	21
2.1.1. Forma	21
2.1.1. Diseño	21
2.1.3. Método	21
2.1.2. Tipo	22
2.1.3. Nivel de Investigación	22
2.2. Variables, operacionalización	23
2.2.1. Definición conceptual	23
2.2.2. Matriz de Operacionalización de las Variables	29
2.3. Población y Muestra	31
2.3.1. Población	31
2.3.2. Muestra	31
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	32
2.4.1. Técnicas de recolección de datos	32
2.4.2. instrumentos de recolección de datos	33
2.4.3. Validación del Instrumento	33
2.4.4. Confiabilidad del Instrumento	34
2.5. Métodos de análisis de datos	36
2.6. Aspectos éticos	36
III. RESULTADOS	37
3.1. Prueba de Normalidad	37
3.2. Contrastación y Correlación de Hipótesis	37
3.3. Análisis de los resultados	41
IV. DISCUSIÓN	43
V. CONCLUSIÓN	49
VI. RECOMENDACIONES	51
VII. REFERENCIAS	53
ANEXOS	56
Instrumento de Medición	56
Validación de Cuestionario a juicio de expertos	57

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar la Influencia de la imagen Corporativa en la fidelización de los clientes, lo cual implicó la búsqueda de fuentes de información científica. La población de estudio estuvo conformada por los clientes que adquieren el servicio y la muestra del estudio estuvo conformada por 55 clientes; con un nivel de confiabilidad del 90.6 %, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta. Usando como instrumento el cuestionario compuesta de 20 preguntas en medición de escala de Likert, la validación del instrumento se realizó bajo juicio de expertos, luego de ello estos resultados fueron procesado, analizados y estudiados mediante el programa de estadístico SPSS versión 2.0, gracias a ello se logró medir el nivel de confiabilidad de las preguntas mediante el uso del alfa de Cronbach, y por último se analizaron e interpretaron de forma individual los gráficos estadísticos obtenidos por cada pregunta. Finalmente se obtuvo resultados significativos para el estudio cuyo propósito es la de determinar la Influencia de la imagen Corporativa en la fidelización de los clientes de la Empresa MC Servicios Gráficos

Palabras Clave: *Fidelización, Imagen Corporativa.*

ABSTRACT

The present research work has as main objective to determine the Influence of the Corporate image in the loyalty of the clients, which implied the search of sources of scientific information. The study population was made up of the customers who purchased the service and the sample of the study consisted of 55 clients; With a reliability level of 90.6%, the survey technique was used for data collection. Using the questionnaire composed of 20 questions in Likert scale measurement, instrument validation was performed under expert judgment, after which these results were processed, analyzed and studied using the statistical software SPSS version 2.0, thanks to this It was possible to measure the reliability level of the questions through the use of Cronbach's alpha, and finally the statistical graphs obtained by each question were analyzed and interpreted individually. Finally, significant results were obtained for the study whose purpose is to determine the Influence of the corporate image in the loyalty of the customers of the Company MC Servicios Gráficos S.A.C

Keywords: Loyalty, Corporate Image.